

学校编码: 10384
学号: 17820121151135

分类号_____密级_____
UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

我国邮轮旅游者消费决策风格研究

Research on Consumer Decision Making-Styles of Chinese Cruise Tourists

党 霜

指导教师姓名: 王 宝 恒

专 业 名 称: 旅 游 管 理

论文提交日期: 2015 年 4 月

论文答辩时间: 2014 年 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2015 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为()课题(组)的研究成果，获得()课题(组)经费或实验室的资助，在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

现代邮轮旅游业起源于欧洲，兴盛于北美。自上世纪五、六十年代的现代化转型以来，现代邮轮业已逐步发展成为“以大型豪华邮轮、游船为依托，跨国旅游为核心”的新型产业。经过 50 余年的发展，现代邮轮旅游的服务对象也从初期的“高收入、高地位”的上流阶级向中产阶级的大众旅游者转移。与此同时，以中国为代表的新兴东亚市场的快速发展也正吸引着各大邮轮公司的战略目光。邮轮市场和旅游目的地的逐渐东移更为中国邮轮市场带来了新的发展契机。但我国邮轮产业起步较晚，国内学界对于邮轮旅游的研究成果相对较少，针对邮轮旅游者消费行为的研究更为缺乏。

本文的创新之处在于：第一，本研究从我国邮轮旅游者的视角出发，在对国内外消费者购买决策风格以及邮轮旅游者消费行为等相关理论进行文献梳理的基础上，通过采用实证研究、探索性因子分析的研究方法探索出我国邮轮旅游者的七类消费决策风格，分别为：“品质导向型”、“理性购物型”、“价格认知型”、“休闲娱乐型”、“品牌追求型”、“品牌忠诚型”、“新奇流行型”；第二，将邮轮旅游者按个人特征进行分类，采用单因素方差分析和独立样本 T 检验的方法分析不同个人特征的邮轮旅游者消费决策风格的差异性。结果显示：不同性别邮轮旅游者的消费决策风格不存在显著性差异；不同年龄邮轮旅游者的消费决策风格存在显著性差异；不同收入水平邮轮旅游者的消费决策风格存在显著性差异；不同教育背景邮轮旅游者的消费决策风格存在显著性差异；不同职业邮轮旅游者的消费决策风格存在显著性差异。此外，由于笔者精力和研究能力有限，可能还有更多深层次的影响邮轮旅游者消费决策风格的社会因素未考虑在内，例如中国传统文化以及社会心理等，望能在后续研究中进一步考证。同时，亦希望本文的研究成果能为我国邮轮事业的健康发展提供一些启示。

关键词：邮轮旅游；消费决策风格

Abstract

Modern cruise industry originated in Europe, then prevailed in North America. Since its modern transformation in 1950s, the modern cruise industry has gradually developed into a new industry that relaying on large luxury cruise ship and transnational tourism as a core. Through over 50 years' development, the consumer group that cruise company used to serve has shifted from the initial high income, upper class to the masses of middle class. At the same time, the fast-growing emerging East Asian markets, China cruise market in particular, also are attracting a strategic vision of the major cruise company in the world. The major growth point of tourism industry now is moving from Europe and North America to ASEAN and the Asia Pacific region, which will definitely become a good opportunity for the development of Chinese Cruise industry. However, domestic research on cruise tourism is still relatively less due to the late-starting of Chinese cruise tourism, and research on cruise tourists' consumer behavior is even more scarce.

The innovation of the paper lies in: Firstly, from a perspective of cruise tourists in China, the paper comb series of related theories on consumer decision-making style and consumer behavior of cruise tourists both in domestic and abroad, then uses a combination of empirical research and factor analysis of the main factors research methods to explore the consumer decision-making style of Chinese cruise tourists. The result shows there are seven types of consumer decision-making style of Chinese cruise tourists in total: "High Quality Conscious"; "Rational Shopping style", "Price Conscious", "Recreational Shopping style", "Brand Conscious"; "Brand Loyalty," and "Popular and Novelty Conscious". Secondly, based on the personal characteristics of Chinese cruise tourists, the study uses one-way ANOVA and independent sample T-test methods to analyze the difference on different personal characteristic of cruise tourists consumers' decision-making style. The conclusions are as follows: the consumer decision-making style of Chinese cruise tourists on different genders has no significant difference; the consumer decision-making style of Chinese cruise tourists

on different ages has significant difference; the consumer decision-making style of Chinese cruise tourists on different income levels has significant difference; the consumer decision-making style of Chinese cruise tourists on different education levels has significant difference; the consumer decision-making style of Chinese cruise tourists on different professions has significant difference. However, there may be still some deep-seated factors that needed to be considered in the further follow-up study due to author's limited research capacity and energy, such as the impact of Chinese traditional culture and the social psychology, etc. Finally, sincerely hope that the results of the study could provide some inspirations for the healthy development of Chinese cruise industry.

Keywords: Cruise Tourism; consumer decision-making style

目 录

1	绪论.....	1
1.1	研究背景	1
1.2	研究目的	4
1.3	研究意义	5
1.3.1	理论意义.....	5
1.3.2	现实意义.....	5
1.4	研究路线.....	6
2	文献回顾.....	8
2.1	邮轮相关概念	8
2.1.1	邮轮.....	8
2.1.2	邮轮旅游.....	9
2.2	消费者购买决策风格相关研究	10
2.2.1	消费者决策风格的概念.....	10
2.2.2	消费者决策风格量表（CSI）的起源与发展	11
2.2.3	消费者决策风格的应用研究.....	13
2.3	邮轮旅游者消费决策行为的相关研究	15
2.3.1	国外关于邮轮旅游者消费决策的研究.....	15
2.3.2	国内关于邮轮旅游者消费决策的研究.....	17
2.3.3	研究述评.....	18
3	研究设计.....	20
3.1	研究思路	20
3.2	研究工具	21
3.3	数据的收集	22
3.4	数据分析方法.....	22
4	数据分析与讨论	24
4.1	描述性统计分析	25

4.2 信度与效度分析	26
4.2.1 信度分析.....	26
4.2.2 效度检验.....	26
4.3 因子分析	26
4.3.1 我国邮轮旅游者消费决策风格的因子分析.....	26
4.3.2 因子命名.....	29
4.4 假设检验	31
4.4.1 不同性别的邮轮旅游者消费决策风格的差异性检验.....	31
4.4.2 不同年龄的邮轮旅游者消费决策风格的差异性检验.....	32
4.4.3 不同收入水平的邮轮旅游者消费决策风格的差异性检验.....	35
4.4.4 不同教育背景的邮轮旅游者消费决策风格的差异性检验....	37
4.4.5 不同职业的邮轮旅游者消费决策风格的差异性检验.....	39
5 结论.....	43
5.1 研究结论	43
5.2 研究启示	44
5.3 研究创新与局限	46
参考文献.....	47
附录.....	50
致谢.....	55

Contents

1	Introduction	1
1.1	Background	1
1.2	Research purposes	4
1.3	Research meaning	5
1.3.1	Theoretical significance	5
1.3.2	Practical significance	5
1.4	Research route	6
2	Literature Review	8
2.1	Research on Cruises.....	8
2.1.1	Cruises.....	8
2.1.2	Cruise tourism.....	9
2.2	Research on consumer decision-making styles.....	10
2.2.1	Definition of consumer decision-making styles	10
2.2.2	Origin and development of CSI	11
2.2.3	Applied research on consumer decision-making styles	13
2.3	Research on cruise tourists' decision-making behavior	15
2.3.1	Foreign studies on cruises tourists' decision-making behavior ..	15
2.3.2	Domestic studies on cruises tourists' decision-making behavior	17
2.3.3	Research summary	18
3	Research Design	20
3.1	Research thought	20
3.2	Research tool	21
3.3	Data collection	22
3.4	Analysis methods	22
4	Empirical Analysis	24
4.1	Descriptive statistical analysis	25
4.2	Reliability and Validity analysis	26
4.2.1	Reliability analysis.....	26

4.2.2 Validity analysis	26
4.3 Exploratory factor analysis.....	26
4.3.1 Factor analysis	26
4.3.2 Rename factors.....	29
4.4 Test of hypothesis	31
4.4.1 Significance test on cruise tourists of different genders	31
4.4.2 Significance test on cruise tourists of different ages	32
4.4.3 Significance test on cruise tourists of different income levels ...	35
4.4.4 Significance test on cruise tourists of different education levels	37
4.4.5 Significance test on cruise tourists of different professions	39
5 Conculusions and Recommendations	43
5.1 Research conculusions	43
5.2 Suggestions.....	44
5.3 Research innovation and limitation	46
References	47
Appendix	50
Acknowledgements	55

1. 绪论

1.1 研究背景

邮轮，最早指的是运送邮递包裹、信件及差旅服务的大型轮船。近几个世纪以来，其功能角色随着社会的发展与变革不停地变换着。19 世纪末至 20 世纪中叶，邮轮——作为一种海上定线的大型客运轮船，活跃在众多社会名流的旅途过程中，许多名人乘坐豪华邮轮往返于大西洋两岸。二十世纪五十年代，随着世界范围内民航客机的发展与普及，民航飞机逐渐取代了邮轮作为长途客运主力军的角色。而邮轮业，则迎来了前途更为广阔的巨大转型契机：由原先的海上客运业逐步发展成为规模越来越大的现代旅游活动。

现代邮轮旅游业起源于欧洲，兴盛于北美。自上世纪五、六十年代的现代化转型以来，现代邮轮业已逐步发展成为“以大型豪华邮轮、游船为载体，跨境旅游为核心”的新型产业。经过 50 余年的发展，邮轮旅游的服务对象也从初期“高收入、高地位”的上流阶级向中产阶级的大众旅游者转移。现代邮轮旅游业虽然在世界范围内起步较晚，但已俨然成为一个快速发展的新兴的旅游方式，且正逐步步入平民化，大众化。20 世纪末以来，世界邮轮业的增长速度始终保持在 8%到 9%之间，远超世界旅游业 4%的发展速度。据调查资料显示，世界邮轮旅游从 19 世纪 70 年代开始初步形成规模，此后全球邮轮旅游人数每年以 7.5%的速度持续增长。在现代邮轮业高速发展的近三十多年中，全球邮轮旅游的年接待人次已由 1980 年的 150 万人次增长到 2003 年的 1100 万人次，增幅达约 630%；在 1980 年至 2004 年的二十多年中，全球以邮轮方式出游的旅游者已超过 9000 万人次^[1]。有组织预测：2015 年全球邮轮旅游将达到 2500 万人次^①。邮轮产业激增的消费需求也从最初的北美地区和欧洲向东南亚、澳大利亚等地区转移（表 1-1）。至 2013 年，全球邮轮旅游的需求已经由 2003 年的 12 万人次，上升至 21.3 亿美元，增幅达 77%。在 2003 年至 2013 年这十年间，全球入境旅游人数增长了约 57%，2013 年全球入境旅游者人数达到了约 10.87 亿，其中约有 5%的入境

^① 资料来源：2014 第九届中国邮轮产业发展大会暨国际邮轮博览会（CCS9）

旅游者是通过海运、邮轮的方式入境^①。

表 1-1 2003 年至 2013 年间全球邮轮的旅游需求

单位：百万人

地区	2003	2008	2009	2010	2011	2012	2013	10 年间的 增长
北美	8.23	10.29	10.40	11.00	11.44	11.64	11.82	43.6%
欧洲 ^②	2.71	4.47	5.04	5.67	6.15	6.23	6.40	136.2%
小计	10.94	14.76	15.44	16.67	17.59	17.87	18.22	66.5%
世界其它地区 ^③	1.08	1.54	2.15	2.40	2.91	3.03	3.09	186.1%
总计	12.02	16.30	17.59	19.07	20.50	20.90	21.31	77.3%

资料来源：《The Global Economic Contribution of Cruise Tourism 2013》，BREA Business research & Economic Advisors.

与此同时，现代邮轮旅游业——作为“旅游”(tourism)和“接待”(hospitality)的完美结合体，亦拥有较长的产业链条、广阔的市场前景和更大的经济带动效应。现代邮轮业的高带动性、高成长性和高利润率等行业属性已越来越受到各国政府和世界邮轮企业的重视。世界一流的邮轮母港城市经济更是依赖邮轮业及邮轮旅游的带动，如迈阿密、洛杉矶、巴塞罗那、新加坡、中国香港等。2002 年发布的《全球邮轮产业统计报告》的数据显示：2001 年全球邮轮业对美国经济的影
响最大。美国迈阿密市被誉为世界邮轮之都，是世界邮轮旅游的发源地。2000 年，迈阿密市的全年总的邮轮经济收益近 98 亿美元，其中邮轮旅游者的消费占了 49%，约 48 亿美元。邮轮经济及相关产业为迈阿密市创造了 4.5 万个工作岗

^① UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.

^② 资料里“欧洲地区”包括俄罗斯和欧盟 27 国之外的中、东欧国家

^③ 鉴于南半球邮轮需求人数的激增，对于“世界其它地区”中 2009 年往后的数据作了大部分估计和调整。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库